

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, promosi dan brand image terhadap minat beli dengan loyalitas pelanggan sebagai variabel intervening produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat, wilayah persebaran produk Sari Roti di wilayah 1 Jawa Barat meliputi daerah Bandung, Sukabumi, Purwakarta dan Cianjur dengan sampel perolehan sampel 140 konsumen produk Sari Roti yang melakukan pembelian pada Wilayah 1, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap minat beli produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap loyalitas pelanggan produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap minat beli produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara brand image terhadap loyalitas pelanggan produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara brand image terhadap minat beli produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui minat beli konsumen produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui minat beli konsumen produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat, brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui minat beli konsumen produk Sari Roti Wilayah 1 Jawa Barat.

Kata Kunci : Sari Roti, Harga, Promosi, Brand Image dan Loyalitas